

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah peneliti lakukan selama di lapangan, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis dari ketiga aspek *sustainable tourism* maka dapat disimpulkan bahwa adanya *bamboo straw* sebagai sedotan ramah lingkungan cukup urgen untuk menggantikan penggunaan sedotan plastik. Pertama dari aspek *people*, terbukti bahwa masyarakat telah sadar akan pentingnya menggunakan produk ramah lingkungan dan bersedia beralih dari sedotan plastik ke sedotan ramah lingkungan. Kedua dari aspek *planet*, mayoritas responden setuju bahwa *bamboo straw* merupakan salah satu produk ramah lingkungan, juga diperkuat dengan temuan data waktu urai bambu yang terbilang singkat jika dibandingkn dengan bahan dasar lain yang biasa digunakan untuk alternatif sedotan. Ketiga dari aspek *prosperity*, *bamboo straw* cukup memberikan pendapatan bagi penjualnya, kemudian usaha ini tidak berpengaruh terhadap kondisi ekonomi yang selalu tidak stabil. Namun, hanya 47% dari sampel yang setuju dan bersedia beralih menggunakan *bamboo straw* dan meninggalkan sedotan plastik.
2. Dari hasil analisis internal, Badranaya Craft memiliki beberapa kekuatan seperti telah memiliki merk dagang, adanya jaminan/garansi pengembalian barang, menyediakan layanan pengiriman barang, harga yang ditawarkan cukup terjangkau dan kompetitif, sering mengikuti pameran-pameran untuk memasarkan produk, menggunakan beberapa media sosial untuk memasarkan prodaknya, dll. Namun di sisi lain masih memiliki beberapa kekurangan, seperti merek dagang belum tertera di semua kemasan/produk, masih menggunakan kemasan plastik dan tidak adanya keterangan penjas mengenai produk di kemasan, tidak memiliki catatan keuangan khusus, tidak ada strategi promosi khusus yang dilakukan, tidak adanya *time schedule* khusus dalam memosting, dll.

3. Sedangkan berdasarkan analisis eksternal, peluang yang bisa dimanfaatkan oleh pelaku usaha yakni adanya peraturan pemerintah tentang meminimalisir penggunaan plastik, kondisi keuangan internal tidak berpengaruh meski ekonomi daerah bergejolak, termasuk kategori produk ramah lingkungan, trend masyarakat yang mulai *concern* terhadap isu lingkungan dan mulai menggunakan produk ramah lingkungan. Namun di sisi lain ada beberapa ancaman seperti tidak adanya efek jera untuk pelanggaran penggunaan plastik yang berlebihan sehingga menyebabkan masyarakat antipati terhadap produk ramah lingkungan.
4. Setelah melakukan analisis didapatkan beberapa alternatif strategi yang bisa digunakan untuk perbaikan bisnis yang telah diurutkan berdasarkan skala prioritas hasil perhitungan matriks QSPM yakni: membuat merk dagang dan menjadi hak paten (6,02), mengganti kemasan menjadi kemasan ramah lingkungan (6,018), bekerjasama dengan pemerintah dalam hal penerapan penggunaan *bamboo straw*, seperti ikut serta dalam program yang berkaitan dengan lingkungan, bekerjasama dengan dinas, dll (5,828), sertifikasi produk *food grade* (5,235), membuat rencana strategis dan membenahi media promosi (5,192), mempertahankan harga jual produk (5,102), mulai mengalokasikan dana khusus untuk promosi (5,082), menjadi produsen yang utuh, dari pengadaan bahan baku yang dalam hal ini penanaman bambu, produksi yang dalam hal ini adalah kepemilikan mesin hingga penjualan (4,862), dll.

5.2 Saran

Dari kesimpulan yang telah dipaparkan sebelumnya, peneliti memiliki beberapa saran untuk mengembangkan pasar *bamboo straw* ini, diantaranya:

1. Membuat izin usaha yang resmi sehingga merek dagang, sertifikasi produk dan sebagainya bisa dengan mudah didapat dan meningkatkan kredibilitas produk.
2. Khusus untuk *bamboo straw* sendiri, rubah kemasan yang semula menggunakan kemasan plastik menjadi kemasan ramah lingkungan, dan sertakan penjelasan detail produk di luar kemasan. Mulai dari merk dagang,

informasi produk, cara perawatan, kontak, dll. Sehingga orang akan dengan mudah mengenali produk tersebut.

3. Bekerjasama dengan pemerintah untuk memperketat sistem terutama tentang penggunaan plastik sehingga masyarakat dan khususnya pelaku industri makanan merasa memiliki tanggung jawab lebih.

Seperti ikut serta dalam program yang berkaitan dengan lingkungan yang diadakan pemerintah, bekerjasama dengan dinas pariwisata atau dinas lingkungan hidup, PHRI, dll.

4. Membuat rencana strategis kedepan atau target baik jangka pendek maupun jangka panjang guna memacu untuk hasil yang lebih, lalu mulai berani mengalokasikan dana lebih untuk promosi, menjadi produsen yang utuh, mulai dari pengadaan bahan baku, proses produksi, hingga penjualan.
5. Memperluas pasar dan menangkap peluang untuk berani memasarkan *bamboo straw* bukan hanya menargetkan restoran sunda, namun coffee shop atau outlet minuman lain yang dewasa ini diminati banyak oleh sebagian besar masyarakat.

